

# V COLÓQUIO INTERNACIONAL DE EPISTEMOLOGIA E SOCIOLOGIA DA CIÊNCIA DA ADMINISTRAÇÃO

FLORIANÓPOLIS - SC - BRASIL (MARÇO/2015)

## ESCOLAS TEÓRICAS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO: CONCEITO E EVOLUÇÃO TEÓRICA

Lúcia de Fátima Lúcio Gomes da Costa;<sup>1</sup>  
Miguel Eduardo Moreno Añez;<sup>2</sup>  
Anderson Luiz Rezende Mol;<sup>3</sup>  
Thiago dos Santos Azevedo Damasceno<sup>4</sup>

### Resumo

A internacionalização como fenômeno organizacional fundamentalmente estratégico teve como contribuições teóricas algumas escolas que, ao longo das décadas de 60, 70 e 80, desenvolveram abordagens comportamentais e econômicas com o intuito de explicar esse processo. A abordagem comportamental trata da percepção do fenômeno como processo gradual sob a perspectiva do comportamento dos executivos (JOHANSON e VAHLNE, 1977; HALLÉN e WIEDERSHEIM-PAUL, 1979 CZINKOTA, 1985). Esse fenômeno em permanente evolução teórica e gerencial oportunizou a construção desta investigação, cujo objetivo é analisar a evolução do conceito internacionalização por meio das escolas econômicas e comportamentais que abordam o fenômeno. É apresentada uma revisão da literatura sobre as escolas que desenvolveram estudos empíricos e que postulam modelos de análise sobre a forma de internacionalização das empresas no mundo e por último apresenta o conceito de *born global* que consiste na evolução do fenômeno de internacionalização Para tanto, foram utilizadas como aporte teórico duas linhas de análise para a compreensão do processo de internacionalização: abordagem comportamental e abordagem econômica.

Palavras – chave: Internacionalização, Conceito e Evolução, Epistemologia da internacionalização.

---

1 lucia.lucio@ifrn.edu.br. IFRN

2 anez1957@yahoo.com.br. UFRN.

3 mol.ufrn@gmail.com. UFRN.

4 thiagotos@hotmail.com. FGV.

## Introdução

A dinâmica dos mercados e os movimentos oportunizados pela mudança de comportamento da sociedade nos últimos 60 anos refletem no ambiente organizacional o surgimento de novas formas de gestão e de fenômenos emergentes. A busca por melhorias e por práticas que conduzam a promoção de vantagem competitiva sustentável tem sido a realidade dos executivos e para os estudiosos em estratégia organizacional (HITT, 2001).

A internacionalização é um desses fenômenos emergentes que assume nas últimas décadas um caráter basilar nas estratégias organizacionais. Dito de outro modo, a internacionalização não é mais vista como um processo secundário vislumbrado em futuro estratégico das empresas e sim como um pressuposto da natureza estratégica das empresas globais com atuação no mercado nacional e/ou internacional.

A reflexão sobre a formatação das estratégias com vistas ao desempenho operacional é pauta dos estudos desde a década de 50. A exemplo disso, pode-se citar a pesquisa de Schumpeter (1949), com a teoria do desenvolvimento econômico; Edith Penrose (1959), com a teoria do crescimento da firma; e Chandler (1962), um dos precursores da teoria contingencial e estrutura. Esses estudos apresentavam abordagem sobre as capacidades organizacionais através dos seus recursos sinalizando a perspectiva de interação com o ambiente (mercado), o que demonstra uma ruptura com as teorias do comércio internacional orquestradas, até então através dos teóricos da economia clássica Adam Smith (1777) e David Ricardo (1817).

Essas pesquisas merecem destaque para a formatação das investigações futuras relacionadas com as estratégias internacionais. As abordagens sobre equilíbrio econômico pautadas nas dimensões organizacionais estabelecem análises de amplo nível de alcance e de recorrente verificabilidade presente na maioria dos estudos sobre o tema. Uma abordagem teórica, relativamente recente sobre essas dimensões, é a Visão Baseada em Recursos (Resource-Based View – RBV) que tem como pressuposto a análise do posicionamento estratégico da organização baseada em vantagens competitivas dos seus recursos .

A partir da década de 80 e de forma mais significativa na década de 90, o fenômeno internacionalização passou a apresentar características de processo de mudança evolutiva e conceitual. O que a princípio era tido como uma estratégia deliberada que ocorria de forma gradativa ou eventual, a organização passa a ser um aporte estratégico a partir do seu nascimento, o que dá origem a terminologia “nascidas globais” ou *global born* como comumente são chamadas as empresas que nascem deliberadamente formatadas para atender o mercado internacional. (OVIATT e McDOUGALL, 1994; DEWIT e MEYER, 2004; KNIGHT e CAVUSGIL, 2004).

Desse modo, percebe-se que o fenômeno internacionalização é um conceito em evolução e que o caráter exploratório de muitas pesquisas relacionadas com o tema corresponde a própria natureza do constructo. Apesar de novas perspectivas teóricas acerca do fenômeno, percebe-se que estudos mais recentes retomam algumas categorias de análises que são investigadas desde a década de 50.

O processo estratégico internacional não depende apenas de especificidades do mercado, de vantagens particulares da firma ou de um arranjo de fatores que se manifestam segundo critérios objetivos de decisão e escolha dos modos de entrada. A implementação unilateral pelo entrante no mercado estrangeiro não garante que a firma possa obter sucesso no mercado internacional, haja vista que a decisão por uma dessas vantagens comparativas poderá comprometer o êxito em função de outra. O processo inclui também a escolha de relacionamentos que lhes produza maior vantagem a acessos a recursos valiosos em toda sua cadeia como clientes, fornecedores, distribuidores e agências governamentais (JOHANSON, 1979; MATTSSON, 1988; ROOT, 1994).

Percebe-se que o conjunto de fatores que afetam o desempenho internacional das empresas é bastante variado e complexo. E apesar de o tema ter sido vastamente pesquisado, ainda não há um consenso em relação aos modelos explicativos e de predição acerca do desempenho organizacional de empresas internacionalizadas.

Embora os estudos não tratem diretamente da mudança paradigmática do fenômeno da internacionalização, utilizam-se de variáveis também abordadas com pesquisas consideradas marcos teóricos dessa mudança como a pesquisa realizada por Knight e Cavusgil (2004) que analisam empresas nascidas globais, através de fatores relativos à inovação e capacidades organizacionais (recursos).

Nessa perspectiva, o presente artigo apresenta uma construção teórica sobre a convergência dos estudos para a proposta de uma abordagem que contemple constructos que podem ser considerados como intervenientes no fenômeno da internacionalização das empresas observando a criação do conceito e sua evolução.

### **Teoria do ciclo do produto Vernon (1966)**

Essa teoria explica que em função do desenvolvimento do ciclo do produto, o mercado oferece condições para ampliações de negócios dando origem às multinacionais. Logo, a cada estágio do ciclo de vida do produto a empresa passa a assumir nova fase no processo de internacionalização.

Nesse sentido, a organização passa por um processo gradual: a princípio a empresa realiza operações fora do seu entorno com um produto geralmente inovador e que lhe proporcione vantagem competitiva, através da exportação. No segundo estágio, a organização passa pela fase de crescimento do produto. As exportações são consolidadas até ser realizado o investimento direto no país estrangeiro. No terceiro estágio, ocorre a saturação da produção. Assim, é desenvolvida a padronização do processo produtivo, o qual será transferido para países de custo menor. No quarto e último estágio, o declínio ocorre quando a demanda de país do estágio inicial não possui mais condições de consumir a oferta produzida.

Embora a teoria obedeça a essas fases, de fato observadas pelas empresas, segundo o autor, ela tem baixo poder preditivo visto que há um número bastante significativo de variáveis que não são consideradas pelo modelo.

### **Teoria das operações internacionais – Buckley e Casson (1979)**

De acordo com o modelo, o mercado pode ser atendido através de quatro formas: de empresas domésticas, subsidiárias e multinacionais, empresas nacionais que comercializam produtos importados e por importação direta de multinacionais. Assim, a teoria visa explicar métodos de previsão de atendimento de empresas multinacionais.

Nesse sentido, são definidas dimensões necessárias ao reconhecimento de cada mercado: a) localização das plantas produtivas; e b) a propriedade da produção. Na primeira dimensão, a empresa escolhe uma posição estratégica para cada estágio de produção, ou seja, a decisão pela localização depende da relação de menor custo produtivo. A segunda dimensão, por sua vez, considera o local de produção como estático, assim os insumos são internacionalizados “apropriados” pertencentes a sua cadeia de produção. Dessa maneira, existe uma tendência perene das empresas buscarem sempre mercados que possam ofertar insumos a preços mais competitivos.

### **A Teoria do paradigma eclético**

O paradigma eclético de Dunning (1980) buscou realizar uma junção à teoria das teorias da abordagem econômica com a explicação de outras variáveis intervenientes no processo. Assim, o autor buscou compilar as teorias que observam aspectos como localização, competição

monopolista, internacionalização e custos de transação para desenvolver o paradigma de *Ownership Localization Internalization* (OLI).

De acordo com o autor, o modelo envolve determinantes de produção internacional, assim ele é utilizado para essa avaliação que propriamente para a análise de padrões de internacionalização. O autor ressalta ainda que, diante dessa condição, o modelo tem pouca capacidade preditiva.

O paradigma eclético busca explicar os padrões de internacionalização através de três variáveis:

a) *ownership* (vantagem de propriedade): essa variável se destina a análise da organização em posicionamento estratégico (PORTER, 1989) superior às concorrentes no mercado exterior. São considerados principalmente ativos intangíveis na determinação dessa vantagem, tais como: tecnologia; recursos humanos; informações; marcas; patentes; processos produtivos, dentre outros;

b) *localization* (vantagem da localização): essa vantagem está relacionada com a vantagem que pode ser desenvolvida pela empresa se considerados aspectos determinados de cada país ou região onde a empresa está localizada. São geralmente considerados aspectos como custos de mão-de-obra, impostos domésticos, infraestrutura, entre outros.

c) *internalization* (internalização): essa vantagem considera a capacidade da organização internalizar vantagens de propriedades adquiridos em mercados externos. Assim, o autor sugere que quando os custos de transação forem superiores aos de incorporação, a organização tende a internalizar-se no mercado passando a atuar como fabricante.

A teoria eclética define como condição necessária para o desenvolvimento da última variável o amadurecimento das duas primeiras. Dessa forma, a organização poderá fazer o investimento direto no estrangeiro.

Apesar de essa teoria sintetizar as demais teorias econômicas, ela não leva em consideração o comportamento do exportador. A abordagem eclética da produção internacional é base fundamental para o desenvolvimento estratégico para os custos de transação e de informações e a observação de oportunidades de negócios geradas pelos agentes. É por essa razão que essa teoria é considerada um modelo multi-teórico, cujas características principais se devem ao fato da decisão pelo ingresso internacional ser balizada por teorias de negócios internacionais, custos de transações e na visão baseada em recursos (RBV).

Dessa forma, observa-se que cada teoria agrega contribuições importantes ao processo de internacionalização que tem como base o posicionamento voltado para mudança amparado pelas teorias de estratégia empresarial.

### **O processo de internacionalização da escola nórdica de Uppsala**

Na década de 70, na Universidade de Uppsala na Suécia, sucedida pela Escola Nórdica de Negócios Internacionais, começaram a surgir diversos estudos sobre o processo de internacionalização das empresas suecas (JOHANSON e WIEDERSHEIM-PAUL, 1975; JOHANSON e VAHLNE, 1977; HOLM; ERIKSSON e JOHANSON, 1996; ANDERSSON; JOHANSON e VAHLNE, 1997).

Johanson e Vahlne (1977) propõem um modelo baseado em observações empíricas realizadas em estudos na Universidade de Uppsala, baseados no paradigma comportamental, que mostram que as empresas suecas geralmente desenvolvem as operações internacionais em pequenos passos ao invés de realizarem grandes investimentos em momentos esporádicos. Geralmente, as empresas começam a exportar para outros países via agentes, posteriormente estabelecem subsidiária de vendas e eventualmente, em alguns casos, iniciam a produção no país hospedeiro (KOVACS, MORAES e OLIVEIRA, 2005).

O modelo proposto pelos autores conhecido como o modelo de Uppsala (*U-Model*) evidencia também a perspectiva sequencial de processo de internacionalização. A investigação tomou por base quatro empresas, cuja característica comum é o padrão linear do desenvolvimento das suas operações internacionais. O modelo é baseado no desenvolvimento do conhecimento e comprometimento crescente no país estrangeiro.

Dessa forma, foram evidenciados quatro estágios: Exportação esporádica não regular; Exportações por meio de representantes independentes; exportações diretas e implantação comercial de país estrangeiro.

Outro escopo importante do estudo é a progressão geográfica dos negócios internacionais relacionada ao conceito de distância psicológica do mercado alvo, ou seja, fatores culturais e linguísticos dificultam a comunicação e desenvolvimento do relacionamento com o cliente. Em se tratando do primeiro estágio, esse fator tem característica primordial.

Embora o modelo apresente característica sequencial, os autores admitem a possibilidade de organizações realizarem saltos mais altos podendo eliminar algumas etapas do processo.

Johanson e Vahlne (1977) consideram nessas etapas quatro conceitos importantes no planejamento do processo de internacionalização baseado na abordagem de aprendizagem organizacional: conhecimento de mercado; comprometimento com o mercado; decisão de comprometimento e atividades correntes.

Nesse sentido, Barkema e Vermeulen (1998) explicam a abordagem de aprendizagem organizacional através da aquisição de ativos, sejam eles tangíveis ou intangíveis ou através da aprendizagem imitativa quando a empresa consegue observar o que a outra empresa faz para conseguir desenvolver bons negócios no mercado externo.

A aprendizagem organizacional através de ativos intangíveis, notadamente pautado na experiência dos indivíduos remete à teoria de inovação que observa o papel dos executivos como observadores participantes do processo. Dessa forma, é possível adquirir uma série de informações necessárias baseadas na experiência do indivíduo.

#### **Modelo de inovação – Reid (1981) e Czinkota (1985)**

O Modelo de inovação “Modelo I” abordado por Reid (1981) e Czinkota (1985) focaliza o processo de internacionalização sob a perspectiva da inovação. Assim, a internacionalização trata-se de um processo sequencial de aprendizado organizacional através da implementação de novas estratégias observando distintos níveis de comprometimento com os negócios internacionais.

Logo, o modelo é caracterizado pela aplicação de recurso gradual e incremental baseado já que o novo mercado é uma alternativa inovadora que requer planejamento e reconhecimento das atividades no exterior.

A inovação, à luz das empresas de pequeno porte, traduz por meio de muitas ações o comportamento do indivíduo a frente da empresa, o exportador. Dessa forma, o modelo se propõe também a observar as características da firma através das características pessoais dos executivos, demonstrando que incrementos de investimentos às exportações se dariam em função da percepção sobre esse indivíduo dos resultados auferidos no mercado internacional.

#### **A distância psíquica e a interação comprador-vendedor – Hallen e Wiedersheim-Paul (1979)**

De acordo com a proposta teórica, existe uma distância mental e geográfica entre a empresa compradora e vendedora em países distintos. Essas duas dimensões podem causar dificuldades em diferentes fluxos para as organizações envolvidas no processo (HALLEN e WINDERSHEIM-PAUL, 1979). Os autores explicam que a internacionalização de empresa ocorre geralmente de maneira gradual. Assim, além das condições geográficas, deve-se levar em conta o posicionamento psíquico para o estabelecimento de uma relação comercial de fluxo eficiente.

O conceito de distância psíquica foi desenvolvido pela Escola Nórdica de Negócios Internacionais e tem como principais norteadores: o nível de desenvolvimento dos países; o nível educacional dos países; as práticas de negócios e linguagem. Os autores defendem que para que os negócios funcionem de forma satisfatória, se faz necessário que os países tenham níveis de desenvolvimento e educacional de um patamar mínimo. De acordo com Child (2010), se faz necessário, dentre outros fatores, o desenvolvimento de uma relação de confiança inter-organizacional.

O modelo argumenta que países de mesmo nível educacional e de desenvolvimento econômico têm maior facilidade de se relacionar comercialmente que países de realidades “distantes”. Desse modo, o desenvolvimento de diferentes distâncias psíquicas é um processo dinâmico e contínuo. Para tanto, os autores desenvolveram uma proposta que contemplam três estágios para o estabelecimento de um fluxo eficiente entre as organizações: a) estágio de pré-contrato, ou seja, período destinado ao reconhecimento da realidade do parceiro comercial; b) estágio de interação inicial, no qual são desenvolvidas as primeiras operações; e c) estágio de interação maduro, fase na qual as empresas já desenvolveram uma relação de confiança significativa.

O quadro a seguir apresenta um resumo das teorias das escolas do processo de internalização e como cada conteúdo foi construído, observando as bases do conhecimentos.

# V COLÓQUIO INTERNACIONAL DE EPISTEMOLOGIA E SOCIOLOGIA DA CIÊNCIA DA ADMINISTRAÇÃO

FLORIANÓPOLIS - SC - BRASIL (MARÇO/2015)

Quadro 1. Escolas do  
Processo de  
Internacionalização

Autor/Obra	Teoria e abordagem	Objetivo Geral	Metodologia	Respondentes	Variáveis/Dimensões em Análise	Contribuição Teórica	Base Teórica
VERNON, R.(1966) International Investment and International Trade in the Product Cycle.	Teoria do Ciclo do Produto	Analisar o processo de internacionalização das firmas de acordo com o ciclo de vida dos produtos	Survey fonte secundária (estatística descritiva)	...	Ciclo de : importação, produção e exportação dos EUA, países concorrentes e países menos desenvolvidos.	Dependendo do nível de maturidade da indústria o processo de importação seguido por produção e amadurecimento do produto e exportação ocorre de forma mais rápida. O processo de exportação deve ocorrer a menida que a indústria de determinado país também já tenha um bom nível de produção em escala global	J. H. Williams, 1947 ; Sir Donald MacDougall, 1957; Staffan Burenstam-Linder, 1961
BUCKLEY, P. J.; CASSON, M. C.(1998) Analysing foreign market entry strategies: extending the internalization approach.	Teoria das Operações Internacionais	explicar e prever os métodos de atendimento do mercado das empresas multinacionais.	...	...	Localização das plantas produtivas e a propriedade da produção.	Um mercado nacional pode ser atendido de quatro maneiras principais: através de empresas domésticas, de subsidiárias de multinacionais, de empresas nacionais que comercializam produtos importados e por importação direta de multinacionais.	
DUNNING, J. H. (1980) Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests.	A Teoria do Paradigma do Eclético	Analisar o modelo da teoria eclética tendo a localização como determinante	Análise multivariada	15.211 em sete países (Brasil, México, Canadá, França, Alemanha, Bélgica e Inglaterra)	características próprias da empresa; características específicas do país; internalização	A variáveis observadas tem significância em relação a internacionalização de empresas americanas e que o potencial exportador tem maior importância para países menos desenvolvidos	Hirsch, 1976; Vernon, 1966; Buckley e Dunning, 1976; Dunning, 1977
JOHANSON, J. and VAHLNE, J. E. (1977) The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments.	O processo de Internacionalização da Escola Nórdica de Uppsala	Compreender o processo de internacionalização da firma através de aspectos comportamentais que traduzem o fenómeno como gradual	Baseado em estudos empíricos de pesquisas de negócios da Escola de Uppsala	...	conhecimento, distancia física, padrão de decisão, grau de internacionalização	A internacionalização é um fenómeno gradual que assume basicamente quatro estágios: exportação indireta, exportação direta, joint venture internacional e investimento direto no país estrangeiro - IDE	Vernon, 1966; Hallén e Weidersheim-Paul, 1974; Cieri e March, 1963
CZINKOTA, M. R.(1985) Export Development Strategies.; REID, S.(1981) De decision-marker and export and market expansion.	Modelo de Inovação	Compreender o processo de internacionalização através de estratégias incrementais de inovação	...	...	...	o modelo se propõe também a observar as características da firma através das características pessoais dos executivos, demonstrando que incrementos de investimentos às exportações se dariam em função da percepção sobre esse indivíduo dos resultados auferidos no mercado internacional.	
HALLÉN, L.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. (1979). Psychic distance and buyer-seller interaction.	A distância psíquica e a interação comprador-vendedor	Analisar os aspectos que influenciam a distancia geográfica e psíquica nos negócios internacionais	...	...	estágio de pré- contato, interação inicial e estágio pré- maduro	existe uma distância entre organizações vendedoras e organizações compradoras, ambas no sentido geográfico e mental. Existem distâncias nas duas dimensões e também entre atores pertencentes à mesma organização. Essas distâncias causam dificuldades para os diferentes fluxos entre comprador e vendedor.	Burenstam-Linder, 1961
ROOT, F. R.(1994) Entry Strategies for the international Markets.	Modos de Entrada	Descrever e analisar os modos de ingresso no mercado internacional	...	...	Entradas de exportação, contratual e de investimento	A decisão sobre os modos de entrada em mercados externos deve levar em consideração fatores internos e fatores externos à empresa. Os fatores internos são relacionados à característica do produto a ser comercializado e o comprometimento financeiro da empresa. Enquanto que os fatores externos a empresa são referentes ao mercado do país-alvo, ambiente de negócios, fatores de produção entre outros.	

Adaptado de Costa e Añez (2013)

# V COLÓQUIO INTERNACIONAL DE EPISTEMOLOGIA E SOCIOLOGIA DA CIÊNCIA DA ADMINISTRAÇÃO

FLORIANÓPOLIS - SC - BRASIL (MARÇO/2015)

## **Análise epistemológica da internacionalização: das escolas do processo de internacionalização a *Global Born Firm***

O processo de internacionalização de empresa é um dos fenômenos mais estudados nas pesquisas relativas às estratégias internacionais, a partir da década de 70, em virtude da grande contribuição teórica apresentada pela escola Nórdica de Uppsala. Antes, porém, dessas pesquisas tomarem expressão representativa do fenômeno da internacionalização já se observava mudanças paradigmáticas no entendimento dos fenômenos organizacionais.

Não é possível dissociar a análise sobre o processo de internacionalização dos estudos acerca de estratégia organizacional, que por sua vez também está diretamente atrelada a sua origem teórica que são as escolas da administração a partir da administração científica até a teoria do sistema.

O que se percebe é que para conhecer de forma mais aprofundada um fenômeno organizacional se faz necessário conhecer a trajetória histórica, contextual e teórica que o gerou (HABERMAS, 1982), a fim de reconhecer as bases desse conhecimento. Nesse sentido, essa seção se dedica a esclarecer o conceito e a trajetória etimológica do conhecimento produzido na ciência em relação à internacionalização de empresas.

A teoria geral da administração é apresentada na maioria dos cursos de graduação em administração como a geração de um conhecimento linear. De uma forma geral, apresenta-se a história das escolas da administração como sendo um caminho que começa pela administração científica de Taylor, Fayol e Ford que abordam a perspectiva do preço econômico e produtivista da produção em larga escala, que bem traduzia o contexto histórico da época pautado na revolução industrial. É observável que as obras desenvolvidas pelos autores agravavam a descrição de um novo paradigma pautado nas condições históricas que viabilizavam não só uma mudança significativa no sistema de produção como no padrão da própria sociedade. (COSTA e AÑEZ, 2012)

O que se observa é que, até esse momento, a construção dessas teorias em administração passa por um processo incremental não só do ponto de vista da própria criação do conhecimento, mas principalmente por esse conhecimento gerado ser reflexo de um contexto histórico direcionado para sua construção. Era a dinâmica da própria organização que desenhava a necessidade de novas demandas teóricas que descreviam as novas formas de gestão. Para Popper (1980), o princípio da verificabilidade e falseabilidade em uma teoria, ou seja, que o significado de uma proposição está relacionado diretamente aos dados empíricos que resultam de sua observação e que, uma vez existentes, dão veracidade à proposição.

A partir da teoria dos sistemas, observou-se que a arena de discussão não mais se tratava dos aspectos internos e organizacionais focando em estrutura e produção, porém a relação que a organização enquanto estrutura estabelecida tinha com seu ambiente e que dinâmica poderia promover sua eficiência estratégica de forma a alcançar novos mercados e garantir o consumo. Nessa perspectiva, a teoria contingencial surge como um novo postulado teórico observando aspectos voltados para a estratégia organizacional (COSTA, AÑEZ E MOL, 2009; 2014).

O termo estratégia tem sua origem de aplicação de conceito em práticas militares, mas é em administração que, a partir da década de 50, se torna uma referência teórica. Penrose (1959), com



a teoria do crescimento da firma e Chandler (1962), através da teoria contingencial, discutiam a questão da relação da empresa com o mercado observando a tecnologia ou a inovação tecnológica como variável de análise que possibilitaria o melhor desempenho mercadológico da empresa.

Essa mudança teórica também respeita aspectos históricos ocorridos na época, como o pós-guerra que trouxe um direcionamento das nações. A produção bélica deixa de ser a prioridade e passa a desenvolver perspectivas voltadas para o mercado consumidor. Nesse momento, pode-se considerar que há uma mudança no padrão de análise organizacional que traduz não só o reflexo de demanda da sociedade, mas a organização passa a ser entendida como um agente proativo também capaz de mudar a dinâmica da própria sociedade. A organização deixa de ser meramente reativa e passa a interagir através de um sistema aberto retroalimentado com o mercado e, através do avanço tecnológico dos seus produtos e sistemas produtivos, que se apresenta uma nova dinâmica.

Pode-se considerar que esse é um ponto crucial de mudança do ponto de vista pragmático e teórico da construção do conhecimento em administração. Há nitidamente uma mudança paradigmática conceitual (KUNH, 1996), porém não se pode considerar que ocorra uma quebra total ou uma revolução científica uma vez que os conceitos anteriores gerados até então continuam como referenciais teóricos e práticos na rotina organizacional. Todavia, a forma é alterada tanto sob a ótica da gestão organizacional quanto na perspectiva de como fazer o conhecimento científico sobre essa gestão.

As teorias com enfoque estratégico não têm mais a preocupação em realizar análises de caráter descritivo, respeitando os caminhos e as dinâmicas da própria empresa, mas sim em desenvolver conhecimento de caráter preditivo no sentido de antever formas e condições que possam garantir vantagem competitiva organizacional. Isso corrobora o estudo de Penrose (1959), no qual prevê que as competências internas e estratégicas de uma organização poderão promover dinâmicas que lhe garanta vantagem competitiva que não necessariamente estará vinculada às vantagens comparativas das nações. Assim, o equilíbrio econômico pode ser oportunizado pelo esforço dessas organizações. (COSTA e AÑEZ, 2013)

O estudo em estratégias se estabelece na década de 60 e 70 quando, dentre outras novas abordagens e visões na ciência da administração, surge de forma mais evidente o fenômeno da internacionalização. Mais do que garantir a competitividade em seu ambiente tarefa, as empresas buscam agora garantir mercado consumidor em outras partes do mundo e é sobre a evolução desse fenômeno.

Muitas teorias foram desenvolvidas acerca do processo de internacionalização que, por meio das análises de pesquisadores da última década, classificaram essas teorias com dois tipos de enfoque: o comportamental e o econômico. De uma forma geral, as teorias econômicas são construções teóricas que defendem aspectos relativos às competências internas e à devida gestão de recurso como sendo o fator preponderante para o processo de internacionalização. Dito de outro modo, as empresas, de acordo com seu posicionamento estratégico, podem se internacionalizar de uma forma direta sem que a internacionalização seja de fato um processo e sim um posicionamento. São algumas teorias que apresentaram esse posicionamento: Teoria da Internalização (BUCKLEY e CASSON, 1976; RUGMAN, 1981); Paradigma Eclético (DUNNING, 1980, 1981, 1998); Teoria da Organização Industrial (HYMER, 1960; CAVES, 1971); Teoria do Ciclo de Vida do Produto (VERNON, 1966) e Teoria da Vantagem Competitiva (PORTER, 1990).

As discussões teóricas observaram que esse processo não se dá meramente pelas competências e capacidades internas da organização uma vez que a internacionalização está intimamente ligada à formação das estratégias organizacionais. E esse padrão de formação das estratégias exige uma análise acerca do comportamento do decisor. Dessa forma, variáveis comportamentais foram o foco de análise de teorias que abordavam o empreendedorismo internacional como: a Teoria da Escola de Uppsala (JOHANSON e VALHENE, 1977, 1990); a Teoria das Redes Indústrias (ANDERSON; HOLM e FORSGREN, 2000; JOHANSON e

MATTSON, 1986) e o Modelo de Inovação (REID, 1981; CZINKOTA, 1985).

Os modelos comportamentais trouxeram grandes contribuições às análises sobre a internacionalização que compreendem que as características dos decisores e dos aspectos comportamentais definem o padrão das estratégias internacionais. Além disso, compreendem dentro desse caráter comportamental, que a internacionalização é um fenômeno processual e gradual que demanda uma série de etapas no sentido de amadurecer uma relação de negócio internacional até que ela seja considerada “madura”. Apesar de algumas críticas, os modelos tiveram grande poder de verificabilidade na realidade de muitas organizações até a década de 90.

Observou-se que, a partir de então, a dinâmica do mercado se tornou mais frenética, o que oportunizou uma série de circunstâncias atípicas que foi construída por essas teorias. A mudança ocorrida, no início da década de 70, oportunizada pelo movimento do avanço tecnológico e dos meios de comunicação, se intensifica com a redução do custo dos meios de transporte e o aperfeiçoamento das ferramentas de comunicação. Reflexo disso é que a nova mudança no contexto histórico e social demanda que as empresas apresentem estratégias ainda mais agressivas para competir no mercado.

Ademais, muitos mercados, como o Brasil, passaram pelo processo de abertura dos portos nesse período, no qual empresas que, outrora só focavam o mercado nacional como mercado alvo, invariavelmente precisavam observar as estratégias internacionais da concorrência para se manter competitivas inclusive no mercado interno. Com o processo de globalização, as ferramentas produtivas das indústrias ficaram de certa forma equivalente. O que definiria a vantagem competitiva das organizações não se dava mais no que produzir, mas sim no como produzir.

E, no processo de escoamento dessa produção, a internacionalização entra como matéria vigente. Várias teorias foram construídas para explicar o fenômeno da internacionalização de grandes empresas *early mover*, porém a realização de negócios no mercado internacional não é exclusiva de grandes empresas de países desenvolvidos. Na última década, vários estudos mostraram pequenas e médias empresas com recursos limitados que vêm obtendo sucesso competitivo em seus negócios internacionais (BELL *et. Al.*, 1999; OVIATT e MCDUGALL, 1994; MADSEN e SERVAIS, 1995; KNIGHT e CAVUSGIL, 1995).

O conceito de internacionalização passa por uma mudança paradigmática. O foco de análise deixa de ser o processo e passa a ser o fenômeno que adota uma nomenclatura mais apropriada para sua perspectiva pragmática: as empresas *born globals* que já nascem internacionalizadas. Quem inicia estudos sobre essa nova perspectiva são Oviatt e McDougall (1994), que apresentam a importância de empresas de menor porte de grande poder de manobra estratégica que já nasciam ou começavam muito cedo a fazer negócios internacionais.

A contribuição dos autores também foi aprimorada através da compreensão de outros estudos que observaram que a inovação, conhecimento, competências e capacidades organizacionais definiam o nível de comprometimento em negócios internacionais dessas empresas (KNIGHT e CAVUSGIL, 2004; RIALP e KNIGHT, 2005; BELL e MCNAUGHTON, 2000; OVIATT e MCDUGALL, 1994).

Por outro lado, possuem produtos de alto grau de conhecimento e especialização e que exigem inovação constante. A propriedade de ativos no exterior não é uma condição essencial desses empreendimentos internacionais uma vez que as suas principais preocupações têm relação com o valor agregado no produto e não com os ativos possuídos no exterior (OVIATT e MCDUGALL, 1994, 2005; KNIGHT e CAVUSGIL, 2004).

### **Considerações Finais**

O presente artigo tratou de discutir teorias importantes acerca do fenômeno internacionalização a fim de permitir uma construção teórica. Nesse sentido, os conteúdos apresentados anteriormente foram analisados sobre uma perspectiva epistemológica que envolve não só o caminho histórico da evolução das teorias, mas também aspectos motivadores dos

períodos vividos pela sociedade que teve efeito no ambiente organizacional e, por conseguinte, nas teorias aplicadas à administração.

Assim, as estratégias internacionais, exploradas pelas abordagens econômicas e comportamentais da internacionalização, remontam uma análise voltada para linhas de pesquisa observadas nesse tripé aprofundando algumas categorias de análise. O que se observou é que as abordagens econômicas têm maior poder de explicação ao fenômeno em grandes corporações, ao passo que as comportamentais explicam melhor o processo de internacionalização de pequenas e médias empresas. Ambas apresentam limites de aplicação no campo empírico. Dialogando com os aspectos da visão baseada em recursos, percebe-se que esse recorte retoma as análises estratégica e estrutural que, para efeito desta pesquisa, atende às terminologias da pesquisa recente, chama-se de capacidades organizacionais.

Assim como o paradigma eclético de Dunning (1980), as teorias dão ênfase aos aspectos relativos à localização, fatores do ambiente considerando assim o efeito país. Embora os modelos sejam passíveis das críticas, essas variáveis apresentam significado nas relações de negócios internacionais e são, de certa forma, negligenciadas.

A mudança de paradigmas da evolução do conceito do processo de internacionalização que, passou a ser concebido como estratégias globais, a partir do surgimento do empreendimento que, em suas principais abordagens teóricas, têm dimensões de análise que retomam os clássicos textos de estratégias. Nessa visão, a próxima seção visa explorar um modelo analítico que busca explicar o desempenho da internacionalização das empresas baseadas nessa dimensão que foram exploradas na literatura sobre estratégias globais nos últimos 60 anos.

Por conseguinte, o referencial teórico apresentado trouxe várias abordagens acerca de negócios internacionais envolvendo estudos que tratam diretamente ou tangenciam as capacidades organizacionais e o ambiente como fatores importantes para compreensão das estratégias internacionais. Por sua vez, são avaliadas através do desempenho internacional, o constructo abordado no sentido de compreender a influência das dimensões mencionadas nos resultados financeiros e estratégicos da firma segundo a percepção dos indivíduos que operam com as atividades de comércio exterior das empresas. A próxima seção é dedicada ao modelo estrutural explicativo acerca do desempenho internacional das empresas exportadoras.

## **Referências**

- BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. Administração estratégica e vantagem competitiva. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- BUCKLEY, P. J.; CASSON, M. C. Analysing foreign market entry strategies: extending the internalization approach. *Journal of International Business Studies*, v. 29, n. 3, p. 539-562, 1998.
- CHANDLER, A.D. Strategy and structure: chapters in the history of the American industry. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1962.
- COSTA, L. F. L G. AÑEZ, M. E. M. Estratégias internacionais da fruticultura do RN: o caso finobrasa processo e evolução. Dissertação, 2009.
- COSTA, L. F. L G. AÑEZ, M. E. M. MOL, A.L. R Desempenho Internacional de Empresas Exportadoras: um modelo estrutural baseado em capacidades organizacionais e ambiente. Tese, 2014
- COSTA, L. F. L G. AÑEZ, M. E. M. Organizações como organismos um estudo epistemológico da teoria contingencial baseada no conhecimento e interesse. **II Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração**, 2014.
- COSTA, L. F. L G. AÑEZ, M. E. M. Estratégias globais: evolução do conceito de internacionalização ao fenômeno global borns, uma abordagem epistemológica e perspectivas. **III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração**, 2013.
- DUNNING, J. H. Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests. *Journal of International Business Studies*, n. 11, spring- summer, p. 9-31, 1980.

FAHY, J. The resource-based view of the firm: some stumbling-blocks on the road to understanding sustainable competitive advantage. *Journal of European Industrial Training*, v. 24, n. 2/3/4, p. 94-105, 2000.

HABERMAS, J. *Conhecimento e Interesse*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

HONÓRIO, Luiz Calos. Determinantes Organizacionais e Estratégicos do Grau de Internacionalização das empresas braceleiras. *RAE*, São Paulo, v. 49, n. 2, p.162-175, abr. 2009.

JOHANSON, J; MATTSSON, L. G. Internationalization in industrial systems: JOHANSON, J; WIEDERSHEIM-PAUL, F. The internationalization of the firm: four Swedish cases. *The Journal of Management Studies*, p. 305322, 1975.

JOHANSON, J. and VAHLNE, J. E. The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*. Vol. 8, n.1, 1977, pp 23-32.

KNIGHT, G.A; CAVUSGIL, S. T. Innovation, organizational capabilities, and the born- global firm. *Journal of International Business Studies*. 35, 124-141, 2004.

KUHN, T. S. *A estrutura das revoluções científicas* 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 1996.

KOGUT, B.; ZANDER, U. Knowledge of the firm, combinative capacities and the replication of technology. *Organization Science*, v. 3, p. 383-397, 1992.

MINTZBERG, H.; WATERS, J. A. Of strategies, deliberate and emergent. *Strategic Management Journal*, v. 6, p. 257-272, 1985.

OVIATT, B.M.; MCDUGALL, P.P. Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25/1, 45-64, 1994.

OVIATT, B.M.; MCDUGALL, P.P. Global start-ups: entrepreneurs on a worldwide stage. *Academy of Management Executive*, 9/2, 30-43, 1995.

PENROSE, E. T. *The theory of the growth of the firm*. New York: John Wiley, 1959.

POPPER, K. R. A lógica da investigação científica. In: POPPER, K. R. *Os Pensadores*. São Paulo: Abril Cultural, 1980, caps. 1-10, p. 3-124.

PORTER, M. E (Orgs). *Estratégia: a busca da vantagem competitiva*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

PORTER, M. E. *Competitive Advantage*. New York: Free Press, 1985.

PORTER, M. E. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

ROOT, F. R. *Entry Strategies for the international Markets*. New York: Lexington Books, 1994.

SCHUMPETER, Joseph. O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico. In *A Teoria do Desenvolvimento Econômico*. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

VERNON, R. International Investment and International Trade in the Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*, v. LXXX, p. 190-207, May 1966.

WERNERFELT, B. A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, v. 5, n. 2, p. 171-180, 1984.

WOOLF, J. A.; PETT, T. L. Internationalization of small firms: an examination of export competitive patterns, firm size, and export performance. *Journal of Small Business Management*, v. 38, p. 34-47,

